

お客さまの声から 「予約」システムはスタートした

「HOTEL U's香榭園」常務取締役

松本 智嗣氏

PROFILE

予約システムをベースにした集客戦略で、収益性の高い安定集客を実現。その経験をもとに、「うぶたん操作代行サービス」を立ち上げ、マーケットの活性化に注力 mobile:070-8573-3365



私は、兵庫県西宮市に位置する「HOTEL U's香榭園」というレジャーホテルを運営しています。部屋数は37部屋。阪神電鉄香榭園駅という各駅停車駅にはほぼ直結した位置にあります。

当ホテルでは国内・海外系予約サイトを多用しつつ、自社の予約システム、電話予約も積極的に活用しています。レジャーホテル業界では、あまり活用されていないかった、サイトコントローラー（ねっばん！サイトコントローラー++）とPMS（ALMEX/Intoo）を導入し、一元管理することでレベニューマネジメントを実施しています。ルーム売上げは月30万を常時目標に設定。繁忙期含め、安定した数字をキープすることに注力しています。

そしてこうした経験をもとに、ホテルの予約オペレーションを代行すべく「うぶたん操作代行サービス」という事業を立ち上げ、レジャーホテルの予約獲得のサポートにも取り組んでいます。

本連載では、レジャーホテルの経営・

運営現場に立つ私が、どのようにして予約システムの導入・活用に取り組んできたのかを紹介することで、皆さまの参考になればと考えています。

●なぜ、予約システムを導入したのか

ホテルの「予約システム」導入は、お客さまからのこんな声がかっけでした。「クリスマスの予約を電話でお願いすることは可能ですか？」

おそらくこんな経験は皆さまのホテルでもあるのではないのでしょうか。花火大会・スポーツ観戦・地域の祭事等シチュエーションは多々あれ、そうしたイベント開催時に、確実に宿泊できるように事前に客室を予約で確保したいというお客さまのニーズは存在します。

それでもかつては、レジャーホテルのお客さまはウォークインで「空室」を探していたわけですが、PCやスマホで客室を事前予約することは、一般ホテルでは「当たり前」のサービスとなっています。

なぜ、レジャーホテルだけ予約ができないのか？ 逆に、スマホなどで事前予約、当日予約が行なえれば、それは新たなビジネスチャンスへつながるサービスになることは間違いないと考えたのです。

●予約導入とともに運営システムも改善

自社HP予約やOTA（オンライントラベルエージェントの略）等、宿泊予約のチャンネルを増やし、各サイトからの新たな客層を集客するうえで、店舗運営において改善すべき課題が見えてきました。

そこで、ホテルとして本格的な予約集客を強化するために、2018年に改装工事に着手しました。

まず、フロントカウンターをオープン型に変更。対面接客とすることで、フロントにパソコンを設置し、常に予約を管理しながら、チェックイン処理を行なうことに注力。また、宿泊台帳の記入も並行で実施しています。さらに、客室の鍵を、オートロック方式からカードロックキーへ変

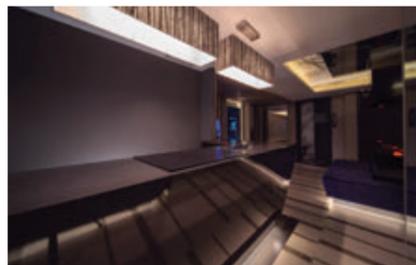


写真1 本格的な予約導入に合わせてオープンフロントを採用

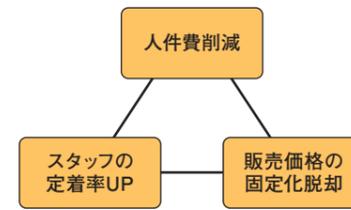


写真2 対面接客で予約管理を行なうとともに、宿泊台帳の記入も実施



写真3 オートロック方式からカードロックキーへ変更することで自由な外出が可能となり、利用客、スタッフ双方のストレスを削減

予約特化型のメリット



更しました（写真1～3）。

レジャーホテルの従来のオートロック錠ではお客さまのニーズに対応できない（途中外出の面において不便だと感じられる）ことから、お客さまにもスタッフにとっても、オートロック錠ありきの外出は苦痛と判断。利便性を重視し、ホテルの立地面と併せてお客さま満足の追求に重きを置くことにしたのです。

こうした改装を行ない、予約特化型のスタイルを構築していくなかで、新たな発見がありました。

・宿泊稼働がふえることで、回転数が減り、清掃人員の削減に成功（主に夜間スタッフ）。

・予約時にお客さまの個人情報を預かることにより、お客さまからの理不尽なクレームが圧倒的に減った（宿泊台帳の記入）。⇒それにより、各スタッフの心労が減り、離職率の低下に成功。

・フロントスタッフのお客さまへの接客はもちろんのこと、メイクスタッフもお客さまに会って挨拶する習慣が生まれた。

とくに、良かった点としては、全スタッフの定着率が向上したことが挙げられます。その要因としては、フロントスタッフの作業内容を予約の受付・管理・接客に特化し、洗濯やリネンのセッティングなどのバックヤード業務を行なわせないことが良い方向に向いたと感じています。また、宿泊で滞在される＝回転が少なくなるため、夜間の清掃人員が少人数化できる等の理由で、人件費削減も大きなメリットといえます。

●「レベニューマネジメント」の考え方

ここ数年、クリスマスや、カップルイベ

ントなどでも満室にならない、土曜日が埋まらないと、他店のオーナーさまからお話を伺うことがあります。コロナ禍の「Go Toトラベル」や「全国旅行支援」で若年層含む予約ユーザーが劇的に増えたことで、レジャーホテルのマーケットでも年々予約利用が増えている反面、立地面で優れているシティホテル・ビジネスホテルへ従来のレジャーホテルユーザーが流れている印象を受けます。YouTube等のチャンネルで、ユーザー側がより良い選択肢ができる情報が簡単に手に入ることも大きいのでは？と感じています。

当ホテルでは、そういった決まったイベントの1日単位でターゲットを絞らず、年間トータルでどのくらい予約を取れるかを注視し、戦略を練ります。これは世間で言われる「レベニューマネジメント」の一例です。

(1) 例年のデータ上、集客が厳しいと思う日程は、売上げの確実性を取るために、販売価格を調整して先予約を確保します。たんなるダンピングではなく、計算できる売上げをつくることで、当日の集客の組み立てがしやすくなります。

(2) 逆に高収益を狙える日程として、まず分かりやすいイベント……花火大会やスポーツ観戦のスケジュールに合わせて販売価格をコントロールします。オンシーズンと呼ばれる、繁忙期について、当ホテルでは宿泊単価をグンと上げます。休憩1回転+宿泊1回転以上の販売の日もあります。稼働率も多い日程で前日までに85%を高単価で埋めることも。

(1)(2)を効率的に行なうためには、競合ホテルの状況を常に調査することも大事ですが、ホテルが立地するエリアのイベント内容を理解し、どういった層が「ホテルの予約」を求めているのか細かくリサーチすることが肝になります。チェックイン時のお客さまとの接客の際や、メールなどでもイベント情報をいただくことがあり、データとして蓄積していきます。それは次の年のレベニューマネジメント



2018年の改装では、玄子空間デザイン研究所のデザイン演出のもと、客室空間のブラッシュアップも実現

においてとても重要な要素となります。

●「予約」はマーケット活性化のポイント

予約システムの必要性は感じるが、どこから取り組むべきかわからない。そうしたオーナーの方も多いと思います。私は現在、(一社)日本レジャーホテル協会の理事として活動させていただいております。10人集まれば10人違う意見があり、経験値の高い先輩の経営者の方々はもとより、2代目、3代目と同じ立場の方など、これまでホテルの経営・運営に関するさまざまな情報を聞いたことは、幸運なことであり、知見が広がるきっかけになりました。

前述のように、私は「うぶたん操作代行サービス」という事業において、主にサイト操作の代行と、予約活用のレクチャーなどのコンサルティングを行なっています。経営者として多忙でご自身が予約システムに注力できず、現場に適任者もないといったホテルの場合、こうしたアウトソーシングという考え方も選択肢の一つになるといえます。まずは、はじめることが重要なのです。「予約」集客について悩みを抱えた、多くのホテルオーナーさまの力になれば幸いです。

なお、次号では、予約戦略の面において、サイトコントローラーやPMSを使っの、プラン作成の考え方、アピールポイントの打ち出し方、そしてさらなるレベニューマネジメントの活用法の一例といった「実践編」を、当社ホテルの取組みを中心に深掘りしていきたいと思っています。